



O MODELO HONG KONG – APLICAÇÃO E VALIDAÇÃO NA ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DO TURISTA EM NEGÓCIOS E EVENTOS

José Edson Lara

Doutor em Ciências Econômicas e Empresariais - Universitat Autònoma de Barcelona

Professor do Mestrado Profissional em Administração da FPL

jedson.lara@hotmail.com

Ana Paula Cota Moreira

MS. Em Administração, pela Fundação Pedro Leopoldo

Servidora Pública na Câmara Municipal de João Monlevade e Professora Universitária

apaulacmoreira@yahoo.com.br

Resumo

O tema da qualidade dos serviços prestados tem-se demonstrado oportuno, robusto, contemporâneo e consistente, tanto na perspectiva da construção do conhecimento, quanto na execução de políticas e estratégias nas empresas. A área do turismo, notadamente, oferece um vasto conteúdo teórico e metodológico para estudos. Neste contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar a aplicação do índice de satisfação do turista (IST), conforme o Modelo Hong Kong, na rede hoteleira de João Monlevade-MG. Conforme dados da Ademon (2010), o município de João Monlevade-MG tornou-se referência e polo regional em inúmeros serviços e parte agora para a construção de um futuro promissor. Diante disso, a preocupação central desta pesquisa está concentrada na aplicação do Modelo Hong Kong para a análise da estrutura oferecida pelo segmento de hotéis na cidade de João Monlevade, buscando a adequação de suas estratégias mercadológicas, com a finalidade de analisar uma diversidade de atrativos que vêm ao encontro às necessidades do turista de negócios e de eventos. Para isso, a metodologia de pesquisa utilizada foi a descritiva, com abordagens quantitativa e qualitativa, aplicada a 218 (duzentos e dezoito) hóspedes/clientes e 6 (seis) gerentes/proprietários de seis hotéis da rede hoteleira. No que tange à aplicabilidade e validade do Modelo Hong Kong, é possível assegurar que o modelo analítico é relativamente consistente, na explicabilidade do fenômeno da qualidade do serviço turístico. Observou-se razoável nível de correlação entre os construtos do modelo. O modelo se demonstrou significativo estatisticamente, para a análise do construto dependente Lealdade do cliente, razão de ser do serviço turístico. As principais conclusões referentes ao estado da atividade de prestação de serviços indicam que tanto os gestores/proprietários, quanto os hóspedes/clientes estão satisfeitos com o serviço hoteleiro, embora reconheçam pontos de melhoria.

Abstract

The theme of the service quality has been shown appropriate, robust, contemporary and consistently, both from the perspective of the construction of knowledge, as in the implementation of policies and strategies in companies. The area of tourism, notably, offers a broad theoretical knowledge and methodological studies. In this context, this paper aims to examine the application of tourist satisfaction index (TSI), according to the Hong Kong model, the chain of João Monlevade-MG. According to data from Ademon

(2010), the city of João Monlevade MG-reference and became a regional center for the numerous services and now to build a promising future. Thus, the central concern of this research is focused on implementing the Hong Kong model for analyzing the structure offered by the hotel segment in João Monlevade, in order to adjust their marketing strategies in order to analyze a variety of attractions that come to meet the needs of tourists and business events. For this, the research methodology used was descriptive, with quantitative and qualitative approaches, applied to 218 (two hundred and eighteen) guests/clients and six (6) managers/owners of six hotels chain. Regarding the applicability and validity of the Hong Kong model, it is possible to ensure that the analytical model is relatively consistent in explicability the phenomenon of quality of tourist service. We observed a reasonable degree of correlation between the constructs of the model. The model showed statistically significant for the analysis of the dependent construct customer loyalty, reason being the tourist service. The main conclusions regarding the state of rendering of services indicate that both managers / owners, as guests / clients are satisfied with the hotel service, while recognizing areas for improvement.

*Este Relato Técnico foi publicado nos Anais do III Singep, 2015